

## Présentation des initiatives menées en Espagne en faveur du liège

**Ariadna Ros Radresa**

Responsable de la communication  
Institut Català del Suro  
C/ Miquel Vincke i Meyer n° 13  
17200 PALAFRUGELL (Espagne)  
aros@icsuro.com



La présentation de l'Institut Catalan du Liège explique la propre expérience de ce consortium public en répondant à la question : Comment pouvons-nous faire la promotion d'une filière comme celle du liège ?

Nous ferons d'abord une petite introduction pour expliquer les quatre principales activités auxquelles se consacre l'ICSuro : Le développement et contrôle de la qualité (normalisation), l'encouragement de l'activité R+D, la formation et la promotion du secteur du liège. Tous les quatre intimement liés et visant la promotion globale de la filière.

L'ICSuro a une idée différente de ce que peut-être la promotion d'un secteur (annonces publicitaires, publi-reportages dans des revues, etc.). Il fait intervenir plusieurs activités qui ne sont pas obligatoirement du domaine de la publicité et que nous expliquerons au cours de cette présentation. L'ICSuro collabore à des présentations et à des événements, organise des réunions et des visites de personnalités, liées à notre filière, et favorise, par l'envoi régulier d'informations sur le liège et son environnement (Observatoire du liège + Newsletter), une étroite relation avec les médias et un public varié. Il publie également, tous les ans, son mémoire d'activités.

Nous n'oublions pas de signaler deux actions promotionnelles qui ont marqué une étape dans la trajectoire de l'ICSuro. Nous expliquerons en détails la campagne « Oui au liège. Vie aux plantations de chênes-lièges » qui a été organisé en collaboration avec WWF/Adena et la campagne relative aux sacs en papier offerte pour le restaurant pour emporter la bouteille de vin non terminée : « Demandez-le et emportez-la chez vous » en collaboration avec l'organisation « La Cuina de l'Empordanet ».

Tout cela, pour réussir à faire une promotion créative, originale et capable d'atteindre différents publics. L'utilisation des caractéristiques innées d'un produit permet d'influencer les préférences dudit public. Cependant, nous devons savoir que cet objectif ne s'atteint que si le produit est un BON PRODUIT = LIÈGE.

Pourquoi du liège ? Parce qu'il s'agit d'un produit inoffensif du point de vue alimentaire. Il respecte l'environnement et grâce à ces propriétés naturelles, il est le meilleur type de bouchage pour les vins et les champagnes. Les forêts de chênes-liège ont une grande valeur naturelle pour la faune et la flore qui les environnent et un bouchon en liège fixe le double de son poids en CO<sub>2</sub>.

Nous continuerons à travailler à la promotion d'un produit de qualité et à encourager une filière qui a misé sur une projection internationale en ouvrant de nouveaux marchés. Le bouchon en liège est le produit le plus respectueux de l'environnement, ce qui lui donne une valeur ajoutée, de nos jours, très importante.